

گزارش سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان تبریز؛

سوز سرمای پاییز در جان صنعت ساختمان تبریز



اشاره

سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان ایران - تبریز، آذرماه ۹۶ در محل دائمی نمایشگاه‌های تبریز برگزار شد. سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان (۳) تبریز به مدت ۴ روز از ۲۱ تا ۲۴ آذرماه ۹۶ از ساعت ۱۵ تا ۲۰ برای بازدید علاقه‌مندان دایر شد. به گفته مجری برگزارکننده این نمایشگاه که اتاق تعاون ایران بود، واحدهایی از استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، تهران، فارس، خراسان رضوی، اصفهان، یزد، البرز و اردبیل و نیز شرکت‌هایی در قالب نمایندگی از آلمان، سوئیس، فرانسه، چین، فنلاند، ترکیه، هنگ‌کنگ، تایوان، ژاپن، کره و لهستان در این نمایشگاه حضور داشتند. این شرکت‌ها تولیدات خود را در زمینه‌های لوله و انواع اتصالات، تاسیسات سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی، طراحی نمای ساختمان، آجرنما، شیرآلات، پوشش‌های سقف و کف‌پوش، در و پنجره، بالابرها، کاشی و سرامیک و انواع مصالح ساختمانی عرضه کردند.

با این حال مشاهدات میدانی گروه خبری نشریه پنجره‌ایرانیان از حال و هوای سومین نمایشگاه صنعت ساختمان تبریز و همین‌طور گفته‌های برخی مشارکت‌کنندگان نشان‌دهنده نمایشگاهی ضعیف نسبت به سایر نمایشگاه‌های کشور و حتی نمایشگاه‌های قبلی شهر تبریز بود. این نمایشگاه که با عدم استقبال بسیاری از شرکت‌ها و مجموعه‌های بزرگ صنعتی تبریز همراه بود نتوانست رضایت نسبی مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان را کسب کند و سرمای پاییزی که با بارش برف نیز همراه بود فضای سرد و بی‌رونقی بر نمایشگاه حاکم کرده بود.

برخی از مشارکت‌کنندگان از زمان نامناسب برگزاری، مدیریت ضعیف مجری و خدمات ارائه‌شده در نمایشگاه به شدت گلایه داشتند و نسبت به حضور دوباره در این نمایشگاه ابراز تردید می‌کردند. از میان تمامی سالن‌های محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تبریز تنها دو سالن پروین اعتصامی و امیرکبیر به صورت نصف و نیمه به غرفه‌ها اختصاص یافته بود که جاهای خالی بسیاری نیز در همین سالن‌ها وجود داشت؛ به طوری که خالی بودن برخی فضاها با وجود پارتیشن‌بندی و ثبت‌نام برخی شرکت‌ها بر روی پیشانی آنها، چهره نه‌چندان مطلوبی به فضای نمایشگاه بخشیده بود و موجب ایجاد سوال‌هایی در ذهن بازدیدکنندگان می‌شد. گروه خبری نشریه پنجره‌ایرانیان بنا به رسالت کاری خود این بار نیز با حضور در سومین نمایشگاه صنعت ساختمان تبریز پای صحبت‌ها و درد دل‌های مشارکت‌کنندگان صنف در و پنجره نشست که در ادامه این صحبت‌ها را با هم می‌خوانیم.

پرسش‌های زیر به صورت مشترک از همه مشارکت‌کنندگان پرسیده شد:

۱. ضمن معرفی شرکت و زمینه کاری، آیا محصول جدیدی در نمایشگاه امسال ارائه کردید؟
۲. نحوه برگزاری، مدیریت و خدمات ارائه‌شده در نمایشگاه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
۳. میزان استقبال بازدیدکنندگان از نمایشگاه چگونه بود؟
۴. آیا در شرایط فعلی برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی به رشد و رونق صنعت ساختمان و بازار در و پنجره کمک می‌کند؟



علیرضا داوران | آذر خزر

۱. گروه صنعتی آذر خزر از سال ۸۵ در زمینه تولید در و پنجره دوجداره یو.پی.وی.سی فعالیت می‌کند. گروه صنعتی آذر خزر علاوه بر در اختیار داشتن نمایندگی تولید پروفیل هافمن از سایر پروفیل‌ها نیز استفاده می‌کند.

۲. نمایشگاه امسال نسبت به سال‌های گذشته خیلی ضعیف است و خدمات ارائه‌شده نیز روزبه‌روز افت می‌کند و هر سال شرایط بدتر می‌شود. با وجود هزینه سنگینی که در این نمایشگاه از ما گرفته‌اند حتی یک نور مناسب به ما نداده‌اند و ما حتی بابت نور و روشنایی غرفه نیز پول جداگانه پرداخت کردیم. واقعیت این است که وضعیت سالن، فضای بیرونی و نحوه اجرای نمایشگاه به حدی ضعیف است که اصلاً قابل ذکر نیست.

۳. با تمام ضعف‌هایی که نمایشگاه دارد زمان برگزاری نمایشگاه را هم کم کرده‌اند. هنگام شروع نیم ساعت دیرتر از همیشه یعنی ساعت سه و نیم بعد از ظهر شروع می‌کنند و از آن طرف هم یک ساعت زودتر یعنی ساعت هشت تمام می‌کنند. عملاً یک ساعت و نیم از وقت مفید نمایشگاه کم شده است در صورتی که طبق قرارداد پولی که از ما گرفته‌اند برای ساعت ۳ تا ۹ شب بوده است یعنی هزینه هتل ۷ ستاره را دریافت کرده‌اند و خدمات مسافرخانه ارائه داده‌اند. این موقع سال یعنی انتهای پاییز زمان مناسبی برای برگزاری نمایشگاه در و پنجره در آذربایجان نیست چراکه در این موقع از سال، هر ساختمان‌سازی پنجره‌اش را سفارش داده و حتی نصب هم کرده است. همه این موارد باعث شد تا استقبال خوبی از سوی بازدیدکنندگان صورت نگیرد و با نمایشگاه نسبتاً خلوتی مواجه باشیم.

۴. در واقع این نمایشگاه یک نوع درآمدزایی برای مجری و برگزارکننده است و ما هم به‌نوعی مجبوریم که شرکت کنیم و قضیه برایمان حیثیتی شده است. نسبت به هزینه‌ای که متحمل می‌شویم اصلاً مقرون‌به‌صرفه نیست که در نمایشگاه شرکت کنیم و اگر شرایط به همین نحو باشد سال دیگر به‌هیچ‌عنوان در نمایشگاه شرکت نمی‌کنیم.



جواد امجدپور | امجدپور (ویتانوا)

۱. گروه صنعتی امجدپور از سال ۶۴ در زمینه تولید در و پنجره فعالیت می‌کند. در حال حاضر با در اختیار داشتن نمایندگی رسمی پروفیل ویتانوا در استان آذربایجان شرقی عرضه این پروفیل را نیز در دستور

کار دارد. پروفیل آلومینیوم مورد استفاده ما هم پروفیل لورنزو ترکیه است که نمایندگی این پروفیل را نیز در اختیار داریم.

۲. امسال مدیریت برگزارکننده نمایشگاه را خارج از استان انتخاب کردند. متأسفانه این شرکت نتوانست سالن‌ها را پر کند و همان‌طور که می‌بینید بسیاری از غرفه‌ها خالی هستند. این شرایط مشکلات زیادی برای ما به وجود آورده است و اصلاً از وضعیت موجود رضایت نداریم. ما مجبور هستیم که با هر شرایطی در نمایشگاه شرکت کنیم چراکه معتقدیم باید در مقابل مشتریانمان پاسخگو باشیم. ۳. ضعیف بودن تبلیغات و اطلاع‌رسانی باعث شده تا میزان بازدیدکننده بسیار پایین بیاید و افراد زیادی از زمان برگزاری نمایشگاه مطلع نشوند.

۴. برگزاری نمایشگاه در این شرایط می‌تواند کمک زیادی به صنعت و بازار ما بکند ولی متأسفانه شرایط بد برگزاری و نحوه اجرای نامناسب نمایشگاه هم روی ما اثر گذاشت.





رضا امجدپور | گروه امجدپور (وین تک)

۱. گروه صنعتی امجدپور از باسابقه‌ترین تولیدکنندگان در و پنجره آلومینیوم و یو.پی.وی.سی در تبریز است. این مجموعه علاوه بر تولید در و پنجره نمایندگی تولید با پروفیل وینتک را نیز در اختیار دارد. محصولات جدید ما در نمایشگاه امسال یک نوع پروفیل رنگی لمینیت جدید است.

۲. مدیریت برگزارکننده سومین نمایشگاه ساختمان تبریز با وجود اینکه مجموعه قوی و باتجربه‌ای است ولی متأسفانه شاید به دلیل این که هم‌زمان درگیر برگزاری یک نمایشگاه دیگر هم بوده‌اند آن انرژی و وقت لازم را بر روی برگزاری نمایشگاه تبریز نگذاشتند و نتوانستند شرکت‌های زیادی را برای حضور در نمایشگاه متقاعد کنند. متأسفانه نمایشگاه امسال از همه دوره‌های قبل ضعیف‌تر است.

۳. تبلیغات نمایشگاه در سطح شهر و صداوسیما خیلی ضعیف بود به همین خاطر بازدیدکننده زیادی از نمایشگاه دیدن نکرده است.

۴. نه به نظر من در این شرایط برگزاری نمایشگاه کمک چندانی به رونق بازار نمی‌کند. با این شرایط برگزاری اگر هزینه‌ای را که ما در این نمایشگاه متحمل شدیم به مشتریانمان تخفیف می‌دادیم شاید نتیجه مطلوب‌تری می‌گرفتیم.



رامین حسین‌زاده | آذر اویار

۱. شرکت آذر اویار در زمینه تولید در و پنجره دوچاره یو.پی.وی.سی و آلومینیوم ترمال بریک فعالیت می‌کند. این مجموعه کاملاً مکانیزه و رباتیک و دارای خطوط کامل شیشه سکوریت و آنادایز است.

محصول جدید ما در نمایشگاه امسال، پروفیل جدیدی است که برای اولین بار از کشور ترکیه وارد کردیم. این پروفیل که دو طرفش آلومینیوم و وسطش یو.پی.وی.سی است دارای خواص و مزایای یو.پی.وی.سی و آلومینیوم به‌صورت هم‌زمان است و از نظر قیمت هم ۳۰ درصد ارزان‌تر از پنجره آلومینیوم محاسبه می‌شود. این پروفیل محصول شرکت ارساش ترکیه است که آذر اویار نمایندگی آن را در اختیار دارد.

۲. مدیریت نمایشگاه بسیار ضعیف و در حد صفر است. اینجا همه چیز را به امان خدا رها کرده‌اند و رفته‌اند. فقط یک زمین خالی با قیمت نجومی به ما داده‌اند و هیچ خدمات دیگری ارائه نشده است. برخی غرفه‌ها حتی پارتیشن‌بندی مناسب ندارد و سردر و پیشانی نصب نشده است. برخی غرفه‌ها تازه دیشب پر شده‌اند، در صورتی که فردا روز آخر نمایشگاه است. در سطح شهر و کل مسیر نمایشگاه شما دو تا بنر و پلاکارد اطلاع‌رسانی و تبلیغ نمایشگاه را نمی‌بینید. هیچ کارتی برای ما صادر نشده است و ما به‌صورت تصادفی از برگزاری نمایشگاه مطلع شدیم! برای حضور در نمایشگاه روز آخر به ما اطلاع دادند و ما فقط توانستیم شبانه برخی محصولاتمان را در غرفه قرار دهیم و هیچ فرصتی برای غرفه‌سازی نداشتیم.

۳. مسلماً با این مدیریت ضعیفی که مجری نمایشگاه دارد نباید انتظار داشت که نمایشگاه مورد استقبال بازدیدکننده واقع شود. اصلاً خیلی عجیب است که نمایشگاه ساختمان تبریز باشد و سالن‌ها این‌گونه خلوت باشند.

۴. مسلماً وجود نمایشگاه بر رونق و بهبود شرایط بازار تاثیر دارد ولی کیفیت نمایشگاه و نحوه برگزاری نیز بسیار مهم است.





یاقوت محبوبی ملکی | پارس یراق پروفیل

۱. شرکت پارس یراق پروفیل در زمینه تولید انواع یراق آلات در و پنجره دوجداره فعالیت می‌کند. اهم تولیدات ما شامل کانکشن مولیون‌های زاماک، کانکشن‌های فولادی و آهنی، زبانه انواع آکس‌ها، پروفیل‌های دکوراتیو، گل‌ها و یراق آلات مربوطه، پروفیل و یراق آلات انواع توری، درپوش پروفیل، زیرشیشه، گردگیر و... است. برنامه ما عرضه ماهانه یک یا دو محصول جدید به بازار است که در این نمایشگاه گل خورشیدی، گل گلکسی و گل شاهین را در تمامی رنگ‌ها تولید و عرضه کردیم.

۲. ما همیشه از نحوه برگزاری مجری نمایشگاه انتقاد داشتیم ولی انگار دفعات قبل کمی ناشکر بودیم! این دفعه مجری برگزارکننده هیچ مدیریتی روی کارها نداشت، هیچ خدماتی به مشارکت‌کنندگان داده نمی‌شود. نحوه برگزاری نمایشگاه در سطح خیلی پایین انجام گرفته است.

۳. تبلیغات مناسبی برای این نمایشگاه انجام نشده است و بسیاری از همکاران ما حتی از برگزاری نمایشگاه مطلع نیستند. باین‌حال ما تلاش خودمان را انجام دادیم تا بیشترین استفاده را از این فرصت ببریم و تا حدودی هم به اهدافی که مدنظرمان بود دست پیدا کردیم. نکته خوب ماجرا این بود که اگرچه مشتریان قدیمی و همیشگی ما کمتر حضور پیدا کرده بودند ولی افراد جدیدی در این نمایشگاه به ما مراجعه کردند که باعث خوشحالی ما شد.

۴. باید یکی از اهداف اصلی برگزاری نمایشگاه حمایت از تولیدکننده باشد تا نمایشگاه مثمر نمر باشد. ما همیشه باوجود همه مشکلات و نواقصی که نمایشگاه‌های ما داشته‌اند تلاش کردیم در نمایشگاه‌ها شرکت کنیم چون معتقدیم این موضوع به بهبود شرایط کاری ما کمک می‌کند.



ناصر داوران | آبی گستران

۱. گروه صنعتی آبی گستران در زمینه تولید در و پنجره دوجداره یو.پی.وی.سی و آلومینیوم ترمال بریک فعالیت می‌کند.

۲. نمایشگاه امسال از هر نظر ضعیف بود و هیچ مدیریتی در کارها اعمال نمی‌شد. همان‌طور که خودتان مشاهده می‌کنید نصف سالن خالی است و مدیریت برگزارکننده نمایشگاه نتوانسته این غرفه‌ها را پر کند که نشان‌دهنده ضعف این مجری است. از دیگر دلایل عدم استقبال شرکت‌ها از نمایشگاه امسال شاید به تجربیات سال‌های قبل مرتبط باشد و این که از آن نمایشگاه‌ها نتیجه دلخواه را نگرفته‌اند لذا تصمیم گرفته‌اند که در نمایشگاه شرکت نکنند. دلیل مهم‌تر تغییر زمان نمایشگاه است که با ماهیت کار ما یعنی در و پنجره‌سازان مطابقت ندارد چراکه در این وقت سال اکثر پروژه‌ها و ساختمان‌های نوساز، در و پنجره مورد نیازشان را تهیه کرده‌اند. به نظر ما بهترین زمان برای نمایشگاه تبریز، ماه‌های شهریور، مهر و نهایتاً اوایل آبان است.

۳. اطلاع‌رسانی نمایشگاه خیلی ضعیف بود. حتی کارت دعوت را هم امسال از ما دریغ کردند. با این شرایط نباید انتظار داشته باشیم بازدیدکننده زیادی از نمایشگاه دیدن کند. زمان بازدید روزانه نمایشگاه را هم نیم ساعت از اول و یک ساعت از آخرش کم کرده‌اند و در مجموع نسبت به سال‌های قبل یکی دوساعت زمان نمایشگاه کمتر شده است. در مقابل هزینه‌ای که پرداخت کردیم هیچ خدماتی دریافت نمی‌کنیم. اگر به همین منوال باشد سال دیگر ما هم شرکت نمی‌کنیم چون دلیلی ندارد بیاوریم در نمایشگاه و این‌همه هزینه بکنیم و جواب هم نگیریم.

۴. حتماً برگزاری نمایشگاه به بهبود شرایط کار ما کمک می‌کند و ما هم با توجه به تجربیات سال‌های قبلمان این موضوع را تأیید می‌کنیم اما نحوه برگزاری نمایشگاه بسیار مهم و تعیین‌کننده است. ما در نمایشگاه خودمان و محصولاتمان را به مشتریان معرفی می‌کنیم و حتی اگر این مشتریان امسال به ما مراجعه نکنند ولی این آشنایی زمینه‌ای می‌شود تا احتمال همکاری ما در آینده بیشتر شود.

